

Gli sport dell'estate. Beach volley: regole confuse, una babele di tornei ma il successo continua

Sulla sabbia «dorata»

ROMA. Due contro due, spiagge stracolme di campi da beach volley, lunghe file di reti e pali. Colori, palloni di ogni genere. Ecco l'ambiente della pallavolo sulla sabbia. Il problema è che la formula originale non si capisce più quale sia. Due contro due, tre contro tre, quattro contro quattro. La prima è quella che si gioca alle Olimpiadi, nel campionato del mondo e nei tornei più rappresentativi. Le altre, invece, sono surrogati della pallavolo indoor dove il pallone resta più a lungo in gioco e, forse, la sfida è più spettacolare. Il beach dai tanti volti ha una particolarità nel Bel Paese: quella di disorientare la gente. Formule e controformule che non fanno intendere quale sia il progetto originario e quale sia la giusta formula degli spiaggia-rolisti italiani. Eppoi ancora il capitolo degli organizzatori. C'è un circuito ufficiale, quello della Federazione, che poco è seguito, c'è una doppia tappa del campionato del mondo (maschile e femminile): ci sono i tornei della Lega (maschili e femminili) e tutti quelli organizzati qua e là da promoters di ogni genere. A questi vanno aggiunti anche le sfide sulla sabbia messi in piedi dagli Enti di promozione sportiva e i piccoli campionati regionali e interprovinciali. Questa è l'istantanea della situazione attuale del beach volley in Italia. Per rendersi conto che la confusione è totale non bisogna essere degli attenti osservatori. Proprio per questi motivi, diversi sponsor di prestigio hanno lasciato il campo dopo aver attinto a piene mani nello sport più

Sotto rete è il caos ma i dollari vanno sempre a punto

diffuso dell'estate. Ma il boom resta, si fa sentire come non mai. Anche sulle coste dove - in teoria - praticare il beach è impossibile. Qualcuno ha organizzato, sulla spiaggia di Positano un torneo: «Tuffarsi, però, non è previsto perché qui si cammina sui ciottoli e non sulla sabbia». Fa trend, insomma. Saltare e schiacciare lo fa anche chi con il volley non ha nulla a che vedere. Chicco testa, per esempio, presidente dell'Enel e della Piaggio Roma volley è stato immortalato mentre giocava a beach. Stesso discorso per Nathalie Caldonazzo e Giovanni Malagò, personaggio-imprenditore della Roma-bene. Gli «illustri» spiaggia-rolisti, insomma non mancano. Anche il presidente degli Stati Uniti, Bill Clinton, si è fatto fotografare mentre cercava di schiacciare. E, questi, nella civiltà della comunicazione e dell'immagine sono i segni del

successo di uno sport. Un «freno» all'attività, invece, è la Federazione internazionale: tasse, gabelle di ogni tipo per mettere in piedi un torneo con qualche straniero. Milioni di lire da versare nelle casse della Fivb per mettere in mostra un livello tecnico più alto del normale. «Non è la giusta via - dicono gli organizzatori - per fare della promozione per il beach volley. Siamo uno sport olimpico, a Sidney si assegneranno le seconde medaglie della nostra disciplina e, qualcuno, è ancora alle prese con piccole beghe di cortile». Intanto in America, l'Avp (Association volleyball professionalist) ha deciso di fare una battaglia tutta sua. Olimpiadi o no, il tour Usa deve essere il primo del mondo. Ecco perché gli statunitensi si sono messi in testa di boicottare (o quasi) le Olimpiadi. Questione di dollari. Centinaia di migliaia di dollari.



PROFESSIONE BEACHER

E schiaccia anche l'astronauta

top, troppo forti i brasiliani, i norvegesi e gli americani. Entrambi hanno iniziato in palestra e, poi, hanno scelto la sabbia. Andrea Ghiurghi, geologo prima che pallavolista, per esempio, disse addirittura di no al prof. Carmelo Pittera che lo voleva in serie A all'Olio Venturi di Spoleto mentre Riccardo Leone ha smesso di giocare in serie A (era alla Gabeca di Montichiari) per fare coppia con l'altro romano. I due sono i migliori d'Italia e Ghiurghi ha anche partecipato alle Olimpiadi di Atlanta. In coppia, in 365 giorni, guadagnano cifre non esorbitanti. Se va bene, sponsor compresi, il loro conto in banca aumenta di 100 milioni l'anno. Fra le ragazze, invece, Anna Maria Solazzi ha detto basta con l'indoor mentre la Bruschini è ancora rimasta ancorata alla pallavolo classica. Differenze che, per forza di cose, si riflettono sul campo: niente piazzamenti di rilievo per le due in questa stagione. Olimpiadi, ben comportarsi a Sidney, ecco l'obiettivo italiano per i prossimi Giochi. Così, da poco tempo è arrivato anche un allenatore per gli uomini (Antonio Babini che sul campo, in Italia, ha poco da invidiare), il gentil sesso, invece, un ct lo ha già da tempo: Marco Solustri, ex beacher, un pioniere della specialità. Ai due tecnici, il compito di far risalire le classifiche mondiali alle coppie azzurre. Un'opera difficile di certo, ma non impossibile. Perché sotto al sole, sulla sabbia, tutto è possibile. Anche che qualche coppia italiana riesca a fare qualche exploit. D'altronde i numeri non mancano, è l'esperienza che difetta ancora un po'. E fra i beacher d'Italia c'è anche un astronauta. Chissà che non serva per andare in orbita...

Handball più spettacolare in riva al mare

In origine era handballbeach, poi, nel giro di due stagioni, ha cambiato nome ritrovandosi nel mucchio di tutte le discipline estive precedute dalla parola «beach». Ora, la pallamano da spiaggia si chiama Beachhandball e sulle spiagge d'Italia iniziano a vedersi pure dei campi con le porte. Segno che un primo spicchio di popolarità è già arrivato. Anzi, di più. Perché la pallamano giocata in riva al mare è più spettacolare di quella indoor, ha maggiori spunti e un panorama assolutamente nuovo rispetto a quello invernale. La palla fornita dalla Trial è colorata (fucsia o verde fluorescente) e, per terra, non può rimbalzare. Ecco il perché della velocità del gioco. Televisione e sponsor, qualcosa in questo campo si è mosso. E fra i club italiani il beachhandball sta iniziando ad essere una specialità di grido. Il titolo, assegnato in occasione dei Giochi del Mare '98, se lo sono accaparrato Salerno fra le donne e Massa marittima (Gr) fra gli uomini. «Contiamo di portare in Italia i Campionati Europei del 1999 - dicono in Federazione - perché la formula è azzeccata come indovinata è la sede delle gare. In Abruzzo, a Pescara, ha avuto un successo inaspettato».

Gioco spettacolare, successo di pubblico Il boom del badminton Le racchette hanno trovato il loro «volano»

ROMA. Il Beach badminton? Cos'è? Domanda certamente lecita per una disciplina poco conosciuta in Italia. Anche nel periodo invernale. E, proprio per questo, i dirigenti italiani hanno deciso di scendere sulla sabbia e mettersi in bella mostra. Quattro racchette, un volano, una rete (all'altezza di 155 centimetri) e almeno quattro giocatori. Ecco quanto basta per mettere in piedi una sfida nella versione estiva. Ai Giochi del Mare '98, il badminton ha avuto un buon successo, soprattutto di pubblico, grazie alla spettacolarità del gioco: il volano (pesa fra 4,74 grammi e 6,5, ndr) raggiunge delle velocità impensate e gli spostamenti nel rettangolo di gioco (13 metri per 5,5) sono spesso difficilissimi.

Non esiste distinzione di sesso, nel badminton. Uomini e donne insieme, perché la forza non conta e le partite si disputano al meglio dei cinque set. Ogni frazione si conclude quando una squadra arriva a quota nove punti. Al termine di ogni set, si effettua il cambio di campo, come nella pallavolo, e il perdente inizia la nuova frazione con il servizio in mano.

Il badminton, nel mondo intero, è uno sport assai praticato, è «olimpico» da diverso tempo e, per questo, può trovarsi spazi finora impensati: «Sappiamo di avere molte chance di riuscire a recuperare sia tesserati sia immagine. E la spiaggia è anche un messaggio in questo senso. Chi, sul bagnasciuga, non ha mai giocato a racchette? Beh, se lo ha fatto lì, può anche ripetersi a livello agonistico. Noi sulla sabbia ci siamo andati e speriamo di poter ottenere buoni risultati anche in questa occasione».

Chi sulla sabbia, invece, non ci arriverà mai è il basket, sport dove il rimbalzo del pallone è fondamentale, a qualsiasi livello. Impensabile immaginare il mondo dei canestri impossibilitati a far rimbalzare la sfera in terra. E farlo sulla sabbia è assolutamente non utile. Di tutte le discipline indoor, il basket è quello che risente della mancanza di un proseguimento della stagione oltre le sfide di campionato. Il calcio «on the beach» è una macchina da soldi (i giocatori si fanno invitare e pagare), gli altri giocano per cercare di accaparrarsi uno spicchio di montepremi. Se c'è.



Un giro d'affari che si aggira attorno ai sei miliardi. Il miraggio dei montepremi Usa

Sponsor, un'onda travolgente

ROMA. Un male necessario. Gli sponsor, nello sport sono ormai diventati indispensabili. Quando si parla di estate, sabbia e mare, poi le aziende assumono addirittura colori e immagini. Fanno parte del gioco, insomma, senza disturbare l'andamento delle gare. E il beach volley in primis, ha fatto le sue fortune e, alla pallavolo sulla sabbia, hanno fatto seguito altri sport che - con l'intento di prolungare la stagione invernale - si sono adattati sul bagnasciuga del mondo intero. E l'idea è risultata vincente perché dopo dieci anni di battaglie (anche politiche) il beach volley è diventata addirittura una disciplina olimpica. E lo stesso percorso vorrebbero fare pallamano e

badminton, gli altri due sport già presenti ai Giochi ma soltanto nella versione «al coperto». È il movimento che manca, la pressione delle aziende e dei grandi gruppi economici che riescono a decretare il successo di questa o quella disciplina.

In Italia lo sport sulla sabbia ha avuto successo fin dall'inizio, quando Angelo Squeo (ora alla Federazione internazionale) portò a Cervia (insieme a Claudio Fantini) i beachers. Curiosità, vero, ma anche facile successo perché in fondo, a pallavolo in riva al mare si è sempre giocato. Per questo è stato facile riuscire ad accalappiare aziende di interesse quantomeno europeo e unirle al beach volley.

Poi è arrivata la Federazione internazionale che ha messo in piedi un circuito mondiale sulla falsariga del tennis e l'Atp, che ha stilato un calendario delle gare in base al clima previsto. D'inverno, per esempio, si gioca in Sudamerica, d'estate Oriente e Europa.

Il giochino, dunque, è diventato facile facile. E con estrema semplicità anche gli sponsor si sono avvicinati. Lo stesso discorso - anche se più ristretto - lo stanno facendo alla pallamano. Il beachhandball è vincente, piace perché rappresenta il nuovo che avanza. Una scommessa futuribile alla quale Snai Servizi e Aeroporti di Roma si sono

legati. Già, perché queste sono solo le ultime due aziende che si sono gettate sulla sabbia insieme a chi schiaccia, chi usa il volano e chi tira in porta. Il business in riva al mare, dunque, è florido. Le cifre? Piuttosto basse soprattutto se rapportate poi al costo-contatto che - in fondo - è l'interesse primario di chi investe. Il business è assicurato. Quest'anno, in tutto, sulla sabbia si saranno spesi non meno di sei miliardi di lire, beach volley compreso. Il punto di partenza per raggiungere gli Usa dove si parla di montepremi superiori (in qualche caso) ai 400.000 dollari. La sfida è aperta.